

BARCELONA CREIXEMENT

IMPULSAR LA MARCA BARCELONA LIDERADA PER L'AJUNTAMENT I AMB UN CONSELL EMPRESARIAL

Les potencialitats de Barcelona són extraordinàries. Tots en som conscients, i cal, que entre tots sapiguem extreure'n de les mateixes el millor resultat possible. Ara més que mai és el gran moment per treure el millor d'aquest posicionament excepcional que té la marca Barcelona. Aquesta marca, si volguéssim comprar-la, no hi haurien diners al món per a poder-la pagar. Barcelona és sinònim de moltes coses, és qualitat de vida, d'entorn,, privilegiada per la seva gent, per el seu clima i per la seva ubicació estratègica.

Barcelona és plena de valors. Catalans universals, personatges il·lustres, entitats emblemàtiques, una història que ens acompanya i que certament ens fa hereus de quelcom extraordinari, i ara és un magnífic moment per a posar-ho de manifest a través dels nostres productes, serveis i activitats, a través de les nostres empreses, que han de ser vaixell insígnia de la recuperació econòmica. Hem de repotenciar la marca Barcelona, als valors que representa i l'hem de dotar de nova energia, una nova energia que ens posicioni sota un conjunt de percepcions que ens permetin diferenciar-nos de forma clara, situant-nos entre les primeres posicions de referència en un món global, anant a més i contribuint a un creixement fort i sostenible. Una marca comú ens dona força, ens dona identitat, ens nodreix de caràcter i solidaritat entre nosaltres, ens il·lusiona col·lectivament i ens fa portadors de valors, tot plegat convertint-se en un patrimoni col·lectiu del que n'hem de saber extreure els millors rendiments.

És a través d'una marca ben posicionada que les nostres empreses i productes guanyaran força i valor, és a través d'una marca consistent que ens atrevirem arribar



fins on mai potser ens ho hauríem plantejat. Barcelona som tots, Barcelona vol sortir al món a través de la feina de la nostra gent, de les persones que la representem amb l'esforç diari, de les nostres empreses, institucions i agents econòmics i socials, Barcelona és motor de país. Els grups de treball del Barcelona Creixement ho han vist molt clar, **entre tots**, com aquest lema que identifica la pròpia iniciativa de xarxa, **entre tots** hem de dotar a la grandesa de la nostra marca actual d'un component econòmic fort, de caràcter empresarial, de caràcter emprenedor, d'il·lusió, de passió per el coneixement, de recerca constant del valor afegit, d'absoluta dedicació a una activitat econòmica que s'entossudeix a aconseguir un creixement econòmic de qualitat i sostenible, en un mercat de productes i serveis pensats per a la millora de la qualitat de vida, per fer-la més fàcil, per construir en definitiva una millor societat, justa i equitativa.

Les empreses, els productes i serveis alimenten de forma diària els nostres mercats, alimenten el dia a dia de les persones i en condicionen el seu desenvolupament i medi social, és a través de l'activitat econòmica que ens desenvolupem com a persones des de que creixem, ens formem i treballem. Les empreses s'han convertit en un agent de gran responsabilitat. De l'actitud de l'empresa, dels seus valors i del seu comportament es desprèn en gran mesura com serà el nostre món global. Un món ple de reptes, incerteses i possibilitats, on la política ja no pot ser aquell ens que ho controla i soluciona tot, l'empresa i els empresaris tenen una gran responsabilitat per configurar aquest nou entorn, només des d'aquesta responsabilitat i actitud, la vida i el planeta podrà desenvolupar-se amb sostenibilitat i futur. La marca Barcelona ha de ser sinònim d'aquesta manera de fer, d'aquesta voluntat responsable per part dels principals agents econòmics.

Des del Barcelona Creixement i amb la complicitat demanada a l'Ajuntament de Barcelona, aquesta voluntat de construcció de marca s'ha de convertir en una realitat.



La proposta encaixa perfectament amb l'objectiu de ciutat que demana "Potenciar l'aportació internacional de l'economia barcelonina", la missió doncs, és promocionar la marca Barcelona com a actiu econòmic rellevant per a la internacionalització i captació d'inversions de l'Àrea Metropolitana de Barcelona i de Catalunya. Barcelona ha adquirit en els últims anys, un notable prestigi i una bona reputació, fortament lligada a la seva aposta constant per la innovació, la modernitat i el progrés econòmic, tècnic, artístic i social. Aquestes connotacions tenen un efecte evident al tràfic econòmic i d'oportunitat per les nostres empreses, i és precisament per aquest motiu que cal regular-lo per a que s'utilitzi de la forma més adient, respectant els valors i l'impacte que aquest fet pot tenir per la ciutat, les seves empreses i els ciutadans. De nou, cal posar de manifest que la marca Barcelona, és un signe d'identitat col·lectiva. Els objectius que s'han definit són els següents:

Primer.- Es crearà una unitat de treball, responsable de la marca Barcelona, impulsada i liderada des de l'Ajuntament de la nostra ciutat. A aquesta unitat hauran d'arribar totes les dades que permetin monitoritzar el seguiment de la marca en els rànquings locals i internacionals tot prenent les decisions adients en funció d'aquest posicionament quantitatiu i qualitatiu. A aquesta unitat s'hi afegiran experts locals i internacionals en l'àmbit de la gestió de marques.

Segon.- Es protegirà jurídicament la marca Barcelona i s'establirà un reglament d'ús de la mateixa.

Tercer.- Es crearà un Consell Promotor de la marca Barcelona, presidit per l'Alcalde i en el marc del Barcelona Creixement. Un consell promotor que estarà format per empresaris i institucions representants en els grups de treball, com poden ser-ho FemCat, Barcelona Global, Pimec, Cambra, el FCB entre d'altres a títol associatiu o individual. Aquest consell haurà de definir el relat de la marca, en farà el seguiment del seu ús, detectarà potencialitats, i establirà el pla d'acció conjunt de posicionament,

serà l'encarregat de presentar aquelles propostes d'acció que corresponguin. S'hi incorporaran també experts en "city branding" a nivell internacional i es garantirà la coordinació permanent amb la resta d'administracions.

Quart.- Es dissenyaran i definiran els elements d'imatge de la marca Barcelona (logotip, segell, lema, etc.) que pugui ser ofert a empreses i institucions vinculades amb el seu suport i relacionades amb els seus actius. La responsabilitat del conjunt del projecte i dipositari d'aquest valor col·lectiu correspon a l'Ajuntament de Barcelona i serà treballat des dels àmbits d'Alcaldia, Presidència, Economia, Empresa i Ocupació i els responsables de comunicació i estudis. La part jurídica i reguladora serà treballada i guiada per la Secretaria General de la pròpia institució.

En definitiva, es vol protegir la marca Barcelona i dotar-la de valor per tal de convertir-la en un actiu més per la competitivitat de les empreses de Barcelona. Per impulsar aquest plantejament caldrà un decret per a la creació de la unitat de treball i la designació d'un director responsable de la mateixa.

Es constituirà el Consell Promotor de la marca Barcelona abans del mes de Desembre del 2012. Les convocatòries seran periòdiques per semestres.